

TAPAHTUMAN VUOSIKELLON SUUNNITTELU

Case: Urban Street Festival 2017

Riku Laine

Tekijä(t) Riku Laine	
Koulutusohjelma Liikunnan ja vapaa-ajan koulutusohjelma, Haaga-Helia AMK, Vierumäki	
Raportin/Opinnäytetyön nimi TAPAHTUMAN VUOSIKELLON SUUNNITTELU Case: Urban Street Festival 2017	Sivu- ja liitesivumäärä 18 + 6
<p>Lasten- ja nuorten liikuntaharrastusten kustannukset ovat viimeisen kymmenen vuoden aikana nousseet merkittävästi. Yhä useampi nuori joutuu jättämään harrastuksensa kallistuvien harrastuskustannuksien takia. Liikuntaharrastuksen puuttuminen saattaa johtaa passiiviseen elämäntapaan, joka on myöhemmällä iällä riski monille sairauksille. Tämän opinnäytetyön tarkoituksena oli tuottaa Urban Street Festival tapahtumanjärjestäjän vuosikello. Opinnäytetyön ja vuosikellon tavoitteena on antaa liikunta-alan opiskelijoille esimerkki onnistuneesta liikuntatapahtuman järjestämisestä. Lisäksi opinnäytetyö pyrkii toiminnallisella osiollaan vaikuttamaan siihen, että lapset ja nuoret löytävät heille sopivia liikuntalajeja ja ovat elämäntyyliltään liikunnallisesti aktiivisia.</p> <p>Opinnäytetyö toteutettiin produktiivisena työnä ja tuotoksena tehtiin vuosikello Urban Street Festival -tapahtuman järjestämiseksi. Toiminnallisessa osuudessa opinnäytetyön tekijä ja ryhmä Haaga-Helia ammattikorkeakoulun opiskelijoita toteuttivat yksipäiväisen yleisötapahtuman. Opinnäytetyön kehittämistyön tuotoksena syntyi Urban Street Festival -tapahtumanjärjestäjän vuosikello, joka on tämän opinnäytetyön liitteenä (Liite 1).</p>	
Asiasanat Tapahtuma, tapahtuman järjestämisprosessi, suunnittelu, prosessi	

Sisällys

1 Johdanto	1
2 Lasten- ja nuorten liikuntaharrastusten kustannukset	2
3 Onnistunut tapahtuma	3
3.1 Tavoitteet mittaavat onnistumista	3
4 Tapahtuma projektina.....	5
4.1 Suunnitteluvaihe.....	5
4.1.1 Organisaation muodostus	5
4.1.2 Strategiset kysymykset.....	6
4.1.3 Tapahtuman yksityiskohdat	7
4.1.4 Lainsäädäntö, vakuutukset ja turvallisuus	8
4.1.5 Tapahtuman markkinointiviestintä	10
4.2 Toteutusvaihe	11
4.3 Jälkimarkkinointivaihe	12
4.4 Tapahtuman arviointi.....	12
5 Opinnäytetyön tarkoitus ja tavoite	14
6 Opinnäytetyön toteutus ja tuotos	15
7 Opinnäytetyön pohdinta ja arviointi.....	17
Lähteet	19
Liitteet.....	21
LIITE 1	21

1 Johdanto

Kaikki lapset ja nuoret tarvitsevat päivittäistä liikuntaa. Lasten- ja nuorten kilpaliikuntaharrastusten kustannukset ovat viimeisen kymmenen vuoden aikana kaksin tai joissain lajeissa jopa kolminkertaistuneet. Myös kustannukset harrastetasolla ovat nousseet. Yhä useampi nuori joutuu jättämään harrastuksensa kallistuvien harrastuskustannuksien takia. (OKM 2014, 73.) Liikuntaharrastuksen puuttuminen saattaa johtaa passiiviseen elämäntapaan, joka on myöhemmällä iällä riski monille sairauksille. Tämä opinnäytetyö pyrkii osaltaan vaikuttamaan, että lapset ja nuoret löytäisivät heille sopivia liikuntalajeja. Tämän opinnäytetyön toiminnallisena osiona oli Urban Street Festival 2017 -tapahtuma. Tapahtuma esitteli lapsille ja nuorille edullisia liikuntalajeja, joita voi harrastaa ajasta, paikasta tai varusteista riippumatta.

Opinnäytetyön teoriaosuuden tarkoituksena on käsitellä monipuolisesti, kuinka pieni yleisötapahtuma järjestetään. Opinnäytetyössä käsitellään onnistuneen tapahtuman järjestämisestä suunnitteluvaiheesta jälkimarkkinointiin. Työssä tarkastellaan suunnitteluvaihetta, johon kuuluvat tapahtumaan liittyvät strategiset- ja operatiiviset kysymykset, tapahtumalainsäädäntö, vakuutukset ja turvallisuus. Tapahtuman toteutusvaiheessa käsitellään tapahtuman rakennusvaihetta, tapahtumavaihetta sekä purkuvaihetta. Tämä työ antaa tärkeää tietoa myös tapahtuman jälkimarkkinoinnista, johon sisältyy kiitokset ja palautteen käsittely.

Tämän opinnäytetyön tavoitteena on palvella tulevia liikunnan-alan opiskelijoita jäsentämään ja hahmottamaan tapahtuman järjestämisen kokonaisuutta sekä löytämään hyviä käytäntöjä tapahtuman järjestämiseen. Työn tuotoksena syntyi Urban Street Festival -tapahtumanjärjestäjän vuosikello, josta voi ottaa vinkkejä oman tapahtuman suunnitteluun. Aiheeseen liittyviä tapahtuman järjestämisen yleispäteviä sekä kaupunkikohtaisia tapahtumanjärjestäjän oppaita on tällä hetkellä saatavilla, mutta opiskelijan kokemuksiin perustuvaa vuosikelloa yksipäiväisen liikuntatapahtuman järjestämiseksi ei vielä ole olemassa.

2 Lasten- ja nuorten liikuntaharrastusten kustannukset

Puronahon (2014) tutkimuksen mukaan 6 -18-vuotiaiden lasten- ja nuorten yleisimmät seuraharrastuslajit vuonna 2012 olivat hiihto, jalkapallo, yleisurheilu, uinti, golf, koripallo, pesäpallo, ratsastus, salibandy, tanssi, jääkiekko, taitoluistelu ja voimistelu. Lasten- ja nuorten liikunnan kokonaiskustannukset kilpa- ja harrastetasolla seuroissa ovat joissakin näissä lajeissa jopa kaksin- tai kolminkertaistuneet aikavälillä 2001-2012. Kustannusten kasvu on johtanut tilanteeseen, jossa yhä useammalla nuorella ei ole varaa harrastaa seuratoiminnassa riittävän usein ja liikuntaharrastus lopetetaan. (Puronaho 2014).

Nykyään noin puolet 7-19-vuotiaista lapsista ja nuorista liikkuvat vähintään kerran viikossa liikuntaseurassa ohjatusti. Perheiden tulotasolla, ammattiasemalla ja koulutuksella on yhteys harrastetaanko perheessä ohjattua liikuntaa. Maksukykyiset vanhemmat vaativat yhä enemmän laatua harrastustoimintaan, mikä nostaa lajin harrastuskustannuksia ja karsii vähävaraisten perheiden lapsia pois toiminnan parista. Myös muun muassa turnausmatkojen lisääntyminen, seuran omien tilojen rakentaminen, kausien pidentyminen ja vapaaehtoisten väheneminen ovat nostaneet seurojen ja harrastajien kustannuksia. Ongelmana on etenkin vähävaraisten perheiden liikuntaharrastuksen mahdollistaminen, mikä on vaikeutunut merkittävästi viime vuosina harrastuskustannuksien noustessa. (Harkimo, Virta & Paajanen 2016.) Huomionarvoista on myös, että lasten- ja nuorten liikuntaharrastus on yhteydessä myöhempään korkeampaan koulutustasoon, korkeampiin ansiotuloihin ja parempaan kiinnittymiseen työmarkkinoille ennaltaehkäisten syrjäytymistä (Kari 2018). Monissa kunnissa järjestetään ilmaisia tai edullisia harrastusmahdollisuuksia, ja matalilla kustannuksilla pyritään madaltamaan kynnystä osallistua toimintaan. Useita lajeja voi myös nuoret itse harrastaa aktiivisesti omatoimisesti, jolloin kunta voi tarjota tiloja harrastamisen tukemiseksi. (Harkimo, Virta & Paajanen 2016.)

3 Onnistunut tapahtuma

Todennäköisesti jokainen tapahtumanjärjestäjä toivoo, että tapahtuma on onnistunut. Onnistuminen ei kuitenkaan synny vahingossa, vaan on otettava huomioon lukuisia eri osaluokkia. Tapahtumanjärjestämistä voidaan tarkastella suuresta ideasta pieniin yksityiskohdiksi. Tapahtuman onnistumista mitataan asettamalla erilaisia tavoitteita. Jotta ihminen saa vastinetta ajalle ja rahalleen, on tapahtuman vastattava hänen yksilöllisiin tarpeisiinsa ja odotuksiinsa. (Vallo & Häyrinen 2008, 111-114.)

Usein parhaat ja mieleenpainuvimmat elämykset syntyvät kun tapahtumaan osallistuja yllätetään jollain tavalla. Yllätys voi muodostua esimerkiksi tervetuliaislahjasta, yllätysesitintä tai perinteistä poikkeavasta toteutuksesta. Onnistuneen tapahtuman ohjelma voi noudattaa ikään kuin elokuvistakin tuttua draaman kaarta, eli vaihteleva ja oikein aikataulutettu sisältö saa osallistujat tuntemaan innostusta. Onnistunut tapahtuma tuntuu loppuvan osallistujista hieman liian aikaisin ja he jäävät kaipaamaan lisää. Sen sijaan, jos osallistujat jo odottavat tapahtuman loppua tai kokevat saaneensa tarpeekseen, tapahtuma ei ole täydellisesti onnistunut. Jos tapahtumanjärjestäjä onnistuu täyttämään odotukset ja yllättämään osallistujat tunnetasolla, voi kokemus jäädä vuosiksi elämään osallistujien muistiin. (Vallo & Häyrinen 2016, 204-205; Woltti Group 2017.)

3.1 Tavoitteet mittaavat onnistumista

Tapahtumaa arvioidaan suhteessa asetettuihin tavoitteisiin. Tavoitteiden on hyvä olla luonteeltaan mitattavia. Kun tapahtuman tavoitteet ovat alusta alkaen selkeästi määritelty ja niiden tiedottaminen tapahtumaan osallistuville tahoille on hoidettu hyvin, tavoitteiden toteutumista voidaan arvioida säännöllisesti tapahtumatuotannon eri vaiheissa. (Muhonen & Heikkinen 2003, 116-118.) Mitä selkeämmin tapahtuman tavoitteet ovat määritelty, sitä ammattimaisemman kuvan se myös antaa tapahtuman sidosryhmille. Tavoitteet ohjaavat tapahtumaprojektin kulkua ja mittaavat tapahtuman tuloksia. Niihin voidaan tarvittaessa palata projektin aikana aina silloin, kun projektin suunta tai eteneminen tuntuu epävarmalta. (Vallo & Häyrinen 2016, 60.)

Yksi tapahtuman hyvä tavoite on myös tapahtuman jälkeisen tilan pohtiminen, eli minkälainen on asian laita nyt ja millainen tapahtuman jälkeen. Muutosajattelu voi toimia tapahtuman suunnittelun lähtökohtana ja onnistumisen mittarina. Muutosajattelulla tarkoitetaan osallistujassa aikaansaattua muutosta tapahtuman myötä. Huolellinen tapahtuman sisällön ja elämyksellisyyden suunnittelu voi parhaimmillaan muokata osallistujien käyttäytymistä ja

toimintatapoja, eli tapahtuma voi näin toimia oppimisen välineenä. (Vallo & Häyrinen 2016, 136-139.)

Tapahtuman onnistumiselle voidaan asettaa myös tunnetasolla arvioitava tavoite. Onnistunut tapahtuma jää elämään ja se muistetaan vielä vuosia eteenpäin. Tapahtuma on onnistunut tunnetasolla kun osallistuja kokee, että tapahtuma nousee arjen yläpuolelle ja siitä syntyy hänelle erityinen VIP-elämys. (Vallo & Häyrinen 2016, 120-121) Tunnetason kokemusta voidaan kuvata myös WOW-efektillä, jonka merkitys osallistujalle on ymmärrettävä oikein. WOW-efekti kumpuaa positiivisesta kokemuksesta, jossa osallistujan odotukset tapahtumalle ovat ylittyneet ja hän on kokenut saavansa vastinetta ajankäytölleen. Tapahtuman aikana koetut asiat ilman tunneperäistä kokemusta eivät jätä osallistujalle muistijälkeä. Kaikkien tapahtumanjärjestäjien tulisikin ottaa tavoitteeksi koskettaa osallistujia tunneperäisesti. (Woltti Group 2017.)

4 Tapahtuma projektina

Tapahtuman järjestämisessä on hyvin paljon yhtäläisyyksiä minkä tahansa muunkin projektin järjestämisen kanssa. Projekti koostuu joukosta ihmisiä, jotka on koottu yhteen tietyksi ajankohdaksi suorittamaan yhdessä tiettyä tehtävää. Projekti on aina kertaluonteinen ja sillä on selkeä alku- ja päätepiste. Tapahtumaprosessin hallintaan auttaa projektityöskentelyssä käytettävät työskentelymuodot ja työkalut, kuten kokoukset, muistiot, kalenterit, selkeät roolit ja vastuualueet, johtaminen ja tehtävien delegointi, raportointi ja budjetointi (Vallo & Häyrinen 2016, 266-267; Ruuska 2005, 18-19.)

Projektisuunnitelma on olennainen osa tehokasta projektinhallintaa, johon suunnitellaan projektin läpivienti. Projektisuunnitelmaa ei tehdä valmiiksi projektin alussa, vaan sitä muokataan koko projektin ajan. Olennaisinta projektisuunnitelmassa on, että sen avulla voidaan vaikuttaa suoraan projektin lopputulokseen. Kun projektin tavoitteet on asetettu riittävän konkreettisesti ja työvaiheet eritelty, voidaan arviointia suorittaa projektin aikana säännöllisesti ja myös sen päätteeksi. Ensimmäisen version projektisuunnitelmasta laatii projektipäällikkö, mutta suunnitelmaa tarkennetaan yhdessä työryhmän kanssa koko projektin ajan. (Ruuska 2005, 162-163.)

4.1 Suunnitteluvaihe

4.1.1 Organisaation muodostus

Tapahtuman organisaatiolla tarkoitetaan kaikkia niitä henkilöitä, jotka vastaavat tapahtuman järjestämisestä. Organisaatiomalli on riippuvainen projektin kokoluokasta ja tavoitteista. Organisaatorakenne voi olla hyvinkin kevyt. Suppeimmillaan projektin organisaatio voi muodostua vain projektinasettajasta ja yhdestä projektityöntekijästä, joka vastaa projektin toteutumisesta ja toimii samalla projektipäällikkönä. (Kauhanen, Juurakko & Kauhanen 2002, 31.) Laajimmillaan projekti voidaan jakaa useiksi osaprojekteiksi, jolloin organisaatio muodostuu useista eri työryhmistä ja projektipäällikkö koordinoi näiden ryhmien välistä työskentelyä. (Vallo & Häyrinen 2008, 213).

Tapahtuma, aivan kuten kaikki muutkin projektit, voi saada alkunsa projektinasettajasta, joka antaa toimeksiannon tapahtuman käynnistämisestä. Usein projektinasettaja nimittää tapahtumalle johtoryhmän sekä projektipäällikön. Johtoryhmä muodostetaan henkilöistä, jotka omaavat tapahtuman kannalta keskeistä osaamista. Johtoryhmä käyttää korkeinta päätösvaltaa koko tapahtuman ajan. Päätösten pitää kulkea linjassa projektinasettajan

alussa määriteltyjen rajaehtojen kanssa. Johtoryhmän tehtävänä on löytää sitoutunut työryhmä, joka uskoo tapahtuman ideaan ja on valmis työskentelemään sen toteuttamiseksi. (Kauhanen, ym 2002, 31-33.)

Olennaisinta tapahtuman suunnittelussa heti alusta alkaen on, että valitaan yksi henkilö, joka vastaa projektin hallinnasta. Hänen nimike voi olla esimerkiksi tapahtumavastaava, tapahtumapäällikkö, tapahtumakoordinaattori, projektivastaava, projektipäällikkö tai projektikoordinaattori. (Kauhanen ym. 2002, 31.) Tämä vastuuhenkilö luo järjestelmän tapahtuman etenemiselle. Hän jakaa töitä osakokonaisuuksiin, delegoi työtehtäviä eteenpäin ja koustaa eri osapuolten kanssa. Vastuuhenkilö myös varmistaa eri työskentelymallien, seurannan, raportoinnin ja aikataulun toteutumisen projektin sisällä. (Vallo & Häyrinen 2016, 267.)

4.1.2 Strategiset kysymykset

Tapahtuman suunnittelu aloitetaan vastaamalla strategisiin kysymyksiin, eli miksi järjestetään ja kenelle järjestetään ja mitä järjestetään. Tapahtuman sisällön tuotanto pitää sisällään tapahtuman strategisen puolen suunnittelun ja siinä määritetään muun muassa tapahtuman idea, konsepti, tavoitteet ja viesti. Ensimmäisenä vastataan kysymykseen ”miksi?”. Vasta kun haluttu lopputulos on selvillä, voidaan edetä yksityiskohtiin. On hyvä muistaa, että organisaatioilla, yhdistyksellä, eri toimijoilla ja henkilöillä voi olla hyvin erilaisia syitä miksi haluavat tapahtuman järjestää. Jos ei pysty vastaamaan miksi haluaa tapahtuman järjestää, voi unohtaa järjestämisen heti alkuunsa. On tärkeää, että kaikki tapahtumanjärjestämiseen osallistujat ovat tietoisia, miksi tapahtuma järjestetään. Yhteisen tavoitteen lisäksi jokaisella voi olla omia esimerkiksi ammatilliseen kehittymiseen liittyviä syitä lähteä mukaan tapahtuman järjestämiseen. (Vallo & Häyrinen 2016, 121-124.)

Toisena tulee pohtia vastausta strategiseen kysymykseen ”kenelle tapahtuma tehdään?”. Jos päämääränä on vaikuttaa tiettyyn ihmisryhmään, kohderyhmä voi joissain tapauksissa sisältyä miksi osioon. Kohderyhmän rajaus on hyvä tehdä mahdollisimman tarkasti ja kapeaksi, jotta juuri heidän tarpeisiin voidaan tutustua. Kohderyhmän tunteminen, heidän kiinnostukset ja harrastukset määrittävät tarjottavan tapahtuman sisältöä. Jos tapahtuman kohderyhmä on rajattu liian suureksi, ei tapahtuma välttämättä sovi kenellekään. Ei ole kenenkään etu, jos vieras kokee olevansa väärässä paikassa ja ymmällään tapahtumaan kutsumisesta. (Rope 2011, 41-46; Vallo & Häyrinen 2016, 122.)

Kolmantena, vastataan kysymykseen ”mitä järjestetään?”. Kun kohderyhmään liittyvä taustatyö ja tarpeiden kartoitus on tehty hyvin, on tähän kysymykseen helppoa vastata. Tätä miettiessä on hyvä tarkastella erilaisia tapahtumatyyppejä, joita on mm. asiatapahtuma, viihdetapahtuma, niiden yhdistelmätapahtuma tai hyödyntää olemassa olevaa kattotapahtumaa. Asiatapahtuman tavoitteena on välittää osallistujille tietoa jostakin aiheesta, kuten luennot, seminaarit, kokoukset, konferenssit, kun taas viihdetapahtuma keskittyy osallistujien viihtymiseen ja kokemuksiin. Yhdistelmätapahtumassa osallistuja saa näitä molempia. Kattotapahtuman hyödyntäminen taas tarkoittaa sitä, että järjestäjä hyödyntää valmista tapahtumakonseptia, joka on osoitettu toimivaksi muualla. Riskinä kuitenkin tällaisessa on, että tapahtuma ei vastaa paikallisen kohderyhmän tarpeisiin, tai se ei ole täysin linjassa järjestäjien päämäärän kanssa (Vallo & Häyrinen 2016, 122-124.)

Mikäli tapahtuman strategiset kysymykset eivät ole vielä selkeitä, erilaisia ideoita voidaan ryhtyä tuottamaan ryhmässä. Ryhmässä erilaisten ihmisten antamat näkökulmat voivat edesauttaa lopullisen idean löytymistä. Hyvä tapahtumaidea ei synny hetkessä ja ideointiin kannattaa käyttää riittävästi aikaa. Tapahtuman ideointivaiheessa vain mielikuvitus on rajana. (Vallo & Häyrinen 2016, 123.) Erilaisten ideointimenetelmien käyttö voi tehostaa työskentelyä ja antaa uusia näkökulmia. Usein käytettyjä ideointimenetelmiä ovat esimerkiksi mind-mapping, aivoriihitoiminta ja tuplatiimimenetelmä. Tärkeintä on lähteä kysymyksestä miksi tapahtuma halutaan järjestää ja mikä on sen tavoite ja tarkoitus. (Kauhanen ym. 2002, 35-36)

4.1.3 Tapahtuman yksityiskohdat

Käytännön järjestelyihin ja yksityiskohtiin voidaan siirtyä, kun kolmeen strategiseen kysymykseen on vastattu huolella. Ensimmäinen yksityiskohdista on tapahtumatilan tai tapahtumapaikan valitseminen. Erilaiset tilat antavat erilaisia mahdollisuuksia ja rajoituksia tapahtumalle. Hyvä tila tukee tapahtuman tavoitteita ja vahvistaa sen tunnelmaa. (Catani 2017, 45-49).

Yksi tärkeä tapahtuman yksityiskohdista on budjetti. Budjetti on merkittävä tapahtuman kokuksen määrittäjä. Taloudelliset resurssit on hyvä arvioida mahdollisimman realistisesti ja tarkasti. Esimerkiksi kehysbudjetin luonti auttaa tähän. Kehysbudjettiin arvioidaan tulot ja menot mahdollisimman tarkasti. Menot kannattaa arvioida aina hieman oletettua suuremmaksi, jotta myöhemmissä vaiheissa vältetään ikäviltä yllätyksiltä. Lisäksi jo budjettia suunniteltaessa, on hyvä määritellä mitä tuotetaan oman henkilökunnan voimin ja mitä hankitaan

ostopalveluna (Kauhanen ym. 2002, 64-65; Vallo & Häyrinen 2016, 177-180.) Tapahtumapaikan tilavuokraajan kontaktien hyödyntäminen esimerkiksi valaistuksen tai äänentoiston osalta voi olla kustannustehokasta ja säästää samalla aikaa. (Catani 2017, 52).

Jos tapahtumaan palkataan henkilökuntaa, ne ovat usein suuri menoerä. Kannattaakin harkita vapaaehtoisten tai talkoolaisten värväämistä, jos sellainen on tapahtuman luonteen huomioiden mahdollista. Jos henkilö uskoo tapahtuman päämäärään ja syihin miksi tapahtuma järjestetään, saattaa tämä muodostua rahallista palkkaa isommaksi motivaattoriksi. (Sukuseurojen keskusliitto 2009, 27-28.) Yhdistysten tai vapaaehtoisvoimin toteutettavien tapahtumien järjestämiseen voi saada avustuksia tai tukea eri säätiöiltä ja rahastoilta (Hohtokari ym. 2013, 29).

Myös kaupalliset sponsorit ovat hyvä tulonlähde, kunhan yritykset tuotteineen liittyvät tapahtuman teemaan. Suunnitteluvaiheessa on hyvä pitää mielessä, mitä enemmän sponsorit tukevat tapahtumaa, sitä enemmän heille on tarjottava kaupallista hyötyä, näkyvyyttä tai muuta heille tärkeää asiaa. Sen sijaan itse kustannettu tai osallistumismaksuilla rahoitettu tapahtuman resurssit voidaan hyödyntää osallistujan saaman elämyksen optimointiin. (Hohtokari ym. 2013, 29-30.)

Tapahtuman palveluita voidaan tuottaa vapaaehtoisvoimin ilman kuluja tai ostopalveluna joltakin yritykseltä. Vapaaehtoisvoimia käytettäessä on tärkeää ottaa huomioon, että ihmisten resurssit ovat rajalliset ja riittävä asioiden delegointi vähentää yksittäisten ihmisten työkuormitusta. (Sukuseurojen keskusliitto 2009, 28.)

Tapahtumanjärjestäjän omat resurssit, kuten tiimin koko, käytettävissä oleva aika ja raha, liittyvät keskeisesti tilan valintaan. Jos käytettävissä on paljon työvoimaa, voidaan käyttää edullisempaa tilaa ilman siihen kuuluvia palveluita. Sen sijaan jos on valmis maksamaan ajan säästöstä valmisteluissa, voi valita valmiin tapahtumapaikan palveluineen, johon kuuluvat esimerkiksi tekniikka, kalusto ja catering. Myös sijainti, kulkuyhteydet, tapahtuman kokoluokka, perinteet on hyvä huomioida tilaa valitessa. (Catani 2017, 45-51.)

4.1.4 Lainsäädäntö, vakuutukset ja turvallisuus

Tapahtuman järjestämiseen kuuluu erilaisten lupa- ja ilmoitusasioiden hoitaminen. Useimmat luvat ovat täytettävissä digitaalisina versioina internet-sivustoilla, eikä erillisiä käyntejä virastoihin tarvita. Tapahtuman lupa-asioiden hoitamiseen kannattaa kuitenkin varata riittävästi aikaa, jotta vältetään ikäviltä yllätyksiltä. Yleisimpiä lupia ja ilmoituksia ovat esimerkiksi

ilmoitus yleisötilaisuuden järjestämisestä, ilmoitus elintarvikkeiden valmistamisesta, tarjoamisesta ja myynnistä, meluilmoitus, maankäyttölupa, turvallisuussuunnitelma. Lupien määrä on riippuvainen tapahtuman ohjelmasta, tapahtumapaikasta ja maantieteellisestä sijainnista. Parhaimmat tietolähteet eri lupien ja ilmoituksien suhteen ovat kaupungin ja poliisin internet-sivut. (Catani 2017, 57-58.)

Kokoontumislain (530/1999) 1 luvun 3 §:n mukaan yleinen kokous ja yleisötilaisuus tulee järjestää rauhanomaisesti, osallistujien tai sivullisten turvallisuutta vaarantamatta tai heidän oikeuksiaan loukkaamatta. Tilaisuudesta ei myöskään saa aiheutua ympäristölle merkittävää haittaa. KokL 12 §:n mukaan yleisötilaisuuden saa järjestää täysivaltainen henkilö, yhteisö ja säätiö. KokL 12 §:n mukaan järjestäjän tulee tehdä järjestämisestä kirjallinen ilmoitus järjestämispaikan poliisille vähintään viisi vuorokautta ennen tilaisuuden alkamista KokL 12 §:n mukaan poliisi voi määrätä järjestäjän ottamaan vastuuvakuutuksen yleisötilaisuuden järjestämisen edellytykseksi, Jos tilaisuuden järjestämisestä voi aiheutua vahinkoa henkilölle tai omaisuudelle.

Turvallisuus- ja pelastussuunnitelma on pakollinen osa tapahtuman järjestämistä, jos tapahtumaan arvioidaan osallistuvan vähintään 200 henkilöä tai sen kohderyhmä koostuu erityisryhmistä, kuten nuoret, lapset tai seniorit. (Poliisi 2018). Pelastuslain (379/2011) 1 luvun 16 §:n mukaan suunnitelmaan kirjoitetaan tapahtuman kuvaus, joka pitää sisällään tapahtuman luonteen, järjestäjät, kohderyhmän, aikataulun ja osallistujien arvioidun määrän. Suunnitelmaan kirjoitetaan myös tapahtuman turvallisuudesta vastaava henkilö tai henkilöt. Olennainen osa tapahtuman turvallisuutta on pohtia myös riskejä ja niihin varautumista. Suunnitelmaan on hyvä tehdä riskien arviointi ja ennaltaehkäisevät toimenpiteet, kuten poistumisteiden varmistaminen, alkusammutuskaluston riittävyys, pelastuslaitoksen paikalle opastajan valinta sekä rakenteiden ja sisusteiden paloturvallisuuden varmistaminen. Lisäksi tarvitaan toimintaohjeet onnettomuus- ja vaaratilanteiden osalta, suunnitelmat järjestyksenvälisyyden, liikenteenohjauksen sekä pysäköinnin osalta.

Lupa- ja ilmoitusasioiden sekä lainsäädännön noudattamisen lisäksi tapahtuman järjestäjän kannattaa harkita omien vapaaehtoisten vakuutuksien hankintaa varsinkin isoimmissa tapahtumissa. Tämä tarkoittaa sitä, että tapahtuman järjestäjää saatetaan pitää vastuuvastuullisena mahdollisissa esine- tai henkilövahingoissa, jotka ovat koituneet tilaisuuden järjestämisestä. Tapahtuman järjestäjän yleisimmät vakuutukset ovat tapaturmavakuutus ja tapahtumaan liittyvä vastuuvakuutus. Tapaturmavakuutuksella katetaan tapahtuman talkootyöväelle mahdollisesti aiheutuneet vahingot. Vastuuvakuutus puolestaan kattaa mahdolliset esine- tai henkilövahingot, joista tapahtumanjärjestäjä on oikeuden mukaan vastuussa. (Catani 2017, 59.)

4.1.5 Tapahtuman markkinointiviestintä

Markkinointi tarkoittaa sitä harjoittavan organisaation tavoitteellista toimintaa, jossa pyritään saamaan haluttu viesti kuluttajalle ja kuluttaja toimimaan organisaation haluamalla tavalla. Nykyajan markkinoinnissa korostuu yhä enemmän oman viestin saaminen läpi kuluttajalle jatkuvasti lisääntyneen informaatiotulvan keskeltä. Lisäksi kuluttaja ei enää tee ostopäätöstä pelkästään yrityksen tarjoaman tiedon puitteissa. Tuotteista ja palveluista jaetaan tietoa ja kokemuksia sosiaalisessa mediassa ja keskustelupalstoilla. Kuluttajan kirjoittama oma arvio tuotteesta tai palvelusta voi saada isomman painoarvon ostajan silmissä kuin organisaation harjoittama oma markkinointiviestintä. Organisaatiot tiedostavat muutoksen ja ovat alkaneet etsiä vaihtoehtoisia tapoja vaikuttaa kuluttajaan. (Vallo & Häyrinen 2016, 21-24.)

Tapahtumamarkkinointi tarkoittaa tapahtuman ja markkinoinnin yhdistämistä. Tapahtumamarkkinoinnilla voidaan aidon vuorovaikutuksen avulla yhdistää organisaatio ja sen kohderyhmät tietyn idean tai teeman äärelle. Tämä tarkoittaa sitä, että tapahtuma hyödyntää kaikkia osallistujan aisteja ja on henkilökohtaisempi sekä intensiivisempi kuin perinteinen markkinointiviestintä. (Vallo & Häyrinen 2016, 21-24.)

Tapahtumanjärjestäjän on huomioitava yritysten tavoitteet, kun solmitaan yhteistyökuvioita. Yritysyhteistyössä muistettavaa on, että yritys pyrkii aina liiketoiminnan kehittämiseen ja sen olennaisia tavoitteita tapahtumille ovat asiakassuhteiden syventäminen, liikevoiton tekeminen ja brändin arvon nostaminen. Yrityksen vaihtoehtoja tarkasteltaessa, organisaatioilla on mahdollisuus järjestää oma tapahtuma tai osallistua valmiiseen tapahtumaan. Tapahtuman järjestäminen vie yrityksen rajallisia resursseja ja helpompaa onkin osallistua valmiiseen tapahtumaan. (Catani, 2017, 20-21.)

Tapahtuman markkinointiviestinnän keinovalikoima määritellään tapahtuman kohderyhmän mukaan. Lisäksi huomioidaan tapahtumalle asetetut tavoitteet. Markkinointiviestintä voidaan jakaa sisäiseen markkinointiin, mediamarkkinointiin, suoramarkkinointiin ja sosiaalisen median markkinointiin, mistä muodostuu tapahtuman markkinointisuunnitelma. (Vallo & Häyrinen 2016, 69-70.)

Sisäinen markkinointi tarkoittaa toimenpiteitä, joilla varmistetaan oman organisaation tiedonkulku. Sisäinen markkinointi on erityisen tärkeää siksi, että avoin viestintä lisää ymmärrystä tapahtuman tavoitteista ja tapahtumien järjestämisestä työnä. Mediamarkkinoinnilla

tarkoitetaan viestintää TV:n, radion tai lehtien välityksellä. Suoramarkkinointi tarkoittaa ihmisille lähetettyä kutsua postitse tai sähköpostin muodossa. Sosiaalisen median markkinointi korostuu etenkin tapahtumassa, joka on nuorisolle suunnattu. Sosiaalinen media voi toimia markkinointikanavan lisäksi myös osana tapahtuman suunnittelua. (Vallo & Häyrinen 2016, 69-71.)

4.2 Toteutusvaihe

Tapahtuman toteutusvaihe tuo näkyväksi sen työn, mitä tapahtuman suunnitteluun on käytetty. Tapahtuman toteutusvaihe itsessään vie ajallisista resursseista usein vain 10%, kun taas suunnitteluvaihe voi viedä jopa 75%. Toteutusvaihe jaetaan rakennusvaiheeseen, tapahtumavaiheeseen ja purkuvaiheeseen. Jokaisessa näissä vaiheissa on lukuisia pieniä yksityiskohtia, joiden toteutumiseksi on projektipäällikön tärkeää määrittää selkeät roolit ja tehtäväkuvat kullekin työryhmäläiselle. (Vallo & Häyrinen 2016, 189-198.)

Rakennusvaihe tapahtuu juuri ennen tapahtuman alkua. Tapahtuman kokoluokan mukaan rakennusvaihe voi kestää muutamista tunteista useisiin päiviin. On tärkeää varata rakennukselle riittävästi aikaa, että kaikki on valmiina ennen tapahtuman alkua. Hyvä suunnittelu korostuu tässäkin, esimerkiksi eri toimijoiden, alihankkijoiden, rakentajien ja tapahtuman järjestäjien on tärkeää olla selvillä omasta roolista ja aikataulusta. Rakentaminen aloitetaan usein tekniikasta ja tärkeistä elementeistä, ja sen jälkeen koristelut ja kalusteet. Viimeisenä paikalle saapuu usein tarjoilut. Rakennusvaihe vie yleensä noin kaksi kertaa enemmän aikaa kuin tapahtuman toteutus- ja purkamisvaihe. (Vallo & Häyrinen 2016, 198-199.)

Tapahtumavaihe toteutetaan etukäteen suunnitellun tapahtumakäsikirjoituksen pohjalta. Tapahtumakäsikirjoituksessa lukee päivän aikataulu alusta loppuun ja jokaisen vastuhenkilön rooli tapahtuman eri vaiheissa. Tapahtumakäsikirjoituksen avulla tapahtumanjärjestäjien on mahdollista ennakoida tulevia tapahtumia, ja johdattaa tapahtumaa kohti haluttua lopputulosta. Yllättäviin tilanteisiin tai aikataulunmuutoksiin on hyvä suhtautua joustavasti ja reagoida muutoksiin nopeasti. Projektipäällikkö on henkilö, joka vastaa suunnitelmanmuutoksista. Yleisö harvoin huomaa, vaikka ohjelma ei mene täysin suunnitelmien mukaan (Vallo & Häyrinen 2016, 201-202.)

Tapahtuman onnistuminen muodostuu kokonaisuudesta, jonka muodostavat sen ohjelma, esiintyjät, tila ja tapahtuman teema. Myös taukojen pituudella ja rytmytyksellä, ja tapahtuman kestolla saa vaikutettua tapahtuman tunnelmaan. Hyväsäilyttöisenkin tapahtuman tunnel-

maa voi saada pilattua, jos tietyt asiat ovat jääneet huomiotta. Esimerkiksi liian tiukka aikataulu, liian pitkä jonottamisaika vessoihin tai puuttuva ruokatarjoilu voi saada ihmiset tyytymättömäksi tai jopa lähtemään tapahtumasta (Vallo & Häyrinen 2016, 198-204.)

Purkuvaiheella tarkoitetaan vaihetta, joka tapahtuu tapahtuman päättymisen jälkeen. Siihen tulee varata noin puolet rakennusvaiheeseen käytetystä ajasta. Tässäkin vaiheessa kaikista merkittävintä on, että purku on suunniteltu etukäteen ja jokainen tietää oman roolinsa. Hyvin tehdyn suunnitelman ansiosta mahdollisesti väsyneet työntekijät pystyvät toimimaan tehokkaasti ja tapahtuma saadaan purettua siihen varatussa ajassa. Hyvin toimiva käytäntö on, että henkilö rakentaa ja purkaa samat asiat. (Vallo & Häyrinen 2016, 201-202.)

4.3 Jälkimarkkinointivaihe

Jälkimarkkinointivaihe muodostuu kiittämisestä ja palautteen käsittelystä. Tapahtuman jälkeen on tärkeää kiittää sekä osallistujia että tapahtuman tekoon osallistuneita henkilöitä ja organisaatioita. Kiitokset voidaan lähettää esimerkiksi perinteisin kiitoskortein, tapahtuman verkkosivulla tai sähköpostitse. Olennaisinta jälkimarkkinoinnissa on, että se koetaan jatkuvana oppimisprosessina järjestävälle taholle. Kerätty palaute kannattaa koota yhteenvedoksi, jota voidaan analysoida ja siitä voidaan oppia. Seuraavassa tapahtumassa voidaan ottaa huomioon asiat, joissa oli vielä parantamisen varaa. (Vallo & Häyrinen 2016, 220-221.)

Jälkimarkkinoinnin viestinnässä ja asiakaskohtaamisessa tulee pitää mielessä, että tavoitteena on muistuttaa kävijää myönteisesti tapahtuman järjestäneestä organisaatiosta ja tapahtuman teemasta. Jälkimarkkinointi voi koostua esimerkiksi pienestä materiaalisesta lahjasta tai muistosta tapahtumasta, myös digitaalisessa muodossa annettava lahja voi toimia helppona tapana muistaa tapahtuman kävijää. (Vallo & Häyrinen 2016, 222-223.)

4.4 Tapahtuman arviointi

Palautteen kerääminen on osa tapahtuman arviointia ja sitä voidaan tehdä joko tapahtuman yhteydessä tai jälkeenpäin esimerkiksi sähköisen palautekyselyn avulla. Usein sekä suullinen että kirjallinen palautteenkerääminen voivat sopia samaan tapahtumaan. Palautteiden pohjalta arvioidaan saavuttiko tapahtuma asetetut tavoitteet. Palautteita käsiteltäessä arvioidaan mikä meni osallistujien näkökulmasta hyvin ja mitä voi kehittää seuraavalle kerralle. Tulevat tapahtumat kehittyvät laadukkaasti kerätyn palautteen pohjalta. Tulosten analy-

sointi on myös merkittävä osa tiimin kehittymistä. Vaikka tapahtumanjärjestäjänä kokisi jonkin asian menneen pieleen, on hyvä muistaa että osallistujien palautteet kertovat enemmän kuin oma tunne. Sen lisäksi että palautteita kerätään osallistujilta, myös yhteistyökumppanien ja tapahtumanjärjestäjien kannattaa arvioida tapahtuman onnistumista suhteessa tavoitteisiin (Vallo & Häyrinen 2016, 220-221.)

Mikäli tapahtuman yhdeksi tavoitteeksi on asetettu uusien asiakkaiden hankinta, on syytä muistaa, että asiakashankintatyö alkaa vasta tapahtuman jälkeen. Tapahtuma toimii ponnistuskivenä ja luonnollisena tapana kohdata uusi mahdollinen asiakas ja saada tämän yhteystiedot myöhempää yhteydenottoa varten. (Vallo & Häyrinen 2016, 230.)

5 Opinnäytetyön tarkoitus ja tavoite

Tämän opinnäytetyön tarkoituksena on tuottaa vuosikello Urban Street Festival -liikuntatapahtuman järjestämiseksi. Työssä tarkasteltiin teoriatasolla kaikkea mitä tapahtuu ennen tapahtumapäivää, tapahtumapäivän aikana ja tapahtumapäivän jälkeen. Opinnäytetyön teoriaosuuden pääpainona on tapahtuman suunnitteluvaihe, sillä se on pitkäkestoisin ja eniten aikaa vievä vaihe tapahtuman järjestämisessä. Opinnäytetyön ja siitä tehdyn vuosikellon tavoitteena on antaa liikunta-alan opiskelijoille esimerkki onnistuneesta liikuntatapahtuman järjestämisestä. Lisäksi opinnäytetyö pyrkii toiminnallisella osiollaan vaikuttamaan siihen, että lapset ja nuoret löytävät heille sopivia liikuntalajeja ja ovat elämäntyyliltään liikunnallisesti aktiivisia.

6 Opinnäytetyön toteutus ja tuotos

Tämä opinnäytetyö on toteutettu produktityönä. Produktityöllä tarkoitetaan toiminnallista työtä, joka muodostuu kahdesta osuudesta eli liikunta-alan tapahtuman tai esityksen suunnittelusta, toimintasuunnitelmasta tai opaskirjan laatimisesta sekä kirjallisesta raportista, jossa kuvaillaan ja arvioidaan tehtyä prosessia. Produktityötä kuvaillaan työelämän kehittämisprosessiksi. Sen suunnittelun ja toteutuksen ohella prosessin kuvauksella ja arvioinnilla on keskeinen rooli. (Haaga-Helia ammattikorkeakoulu 2018.) Opinnäytetyön tapauksessa oli mahdollisuus järjestää Tampereen Väliaikaisen Hiedanrannan kehittämisprojektista vastaavan Ekokumppanit Oy:n kanssa liikunta-alan tapahtuma Lielahden Kuivaamo -nimiseen rakennukseen. Liikuntatapahtuman järjestäminen toimii opinnäytetyön toiminnallisena osuutena eli produktina.

Opinnäytetyön suunnittelu aloitettiin tammikuussa 2017. Haaga-Helian opettajat pyysivät opinnäytetyöntekijää osallistumaan liikuntapalveluiden tilaisuuteen, jossa 1. ja 2. vuosikursin opiskelijat valitsivat tulevan vuoden tapahtumaprojektin työryhmänsä. Urban Street Festival työryhmäksi muodostui seitsemänhenkinen opiskelijatyöryhmä. Tapahtumaprosessi työryhmän kanssa aloitettiin yhteisellä kokoontumisella, jossa käsiteltiin tapahtuman järjestämiseen liittyviä kysymyksiä ja kartoitettiin työryhmän kokemusta aiheesta. Tapahtumaprosessi toteutettiin projektityönä, ja kevään aikana työryhmä eteni projektisuunnitelman mukaisesti tapahtuman suunnittelussa. Tapahtuman suunnittelutyössä hyödynnettiin opinnäytetyöntekijän omaa taustaa tapahtuman järjestämisestä, projektityöskentelyssä käytettäviä menetelmiä ja alan kirjallisuutta. Lisäksi tapahtuman suunnittelutyötä avusti Haaga-Helian opettajat sekä Tampereen Väliaikainen Hiedanranta -hanke. Opinnäytetyön toiminnallinen osuus, liikuntatapahtuma, toteutui heinäkuussa 2017. Jälkimarkkinoinnin aikana tapahtumakävijöiltä kerättiin suullista palautetta tapahtuman onnistumisen ja kehityskohteiden arvioimiseksi. Saatu palaute analysoitiin ja sen tuloksia hyödynnettiin opinnäytetyön tuotoksen, Urban Street Festival -tapahtumanjärjestäjä vuosikellon tekemisessä. Lisäksi tapahtumaproessin aikana opinnäytetyöntekijä oli kerännyt päiväkirjamaisesti yksittäisiä oivalluksia ja kehitysideoita työryhmältä sekä tapahtuman sidosryhmiltä. Nämä tukivat osaltaan vuosikellon sisällön tuottamista.

Opinnäytetyön suunnitelma valmistui helmikuussa 2018. Tämän jälkeen opinnäytetyön teoriaosuus aloitettiin ja teorialietoa syvennettiin alan kirjallisuutta hyödyntäen. Kaikki tarvittava teorialieto koottiin opinnäytetyön teoriaosuuteen ennen vuosikellon tekemisen aloittamista. Tämä tuntui opinnäytetyöntekijästä luontevalta tavalta syventyä uudelleen aiheeseen vaativan tapahtumaproessin toteutuksen jälkeen.

Opinnäytetyön kehittämistyön tuotoksena syntyi Urban Street Festival -tapahtumanjärjestäjän vuosikello, joka on tämän opinnäytetyön liitteenä (Liite 1). Opinnäytetyöntekijä halusi, että vuosikello on luonteeltaan mahdollisimman konkreettinen ja että siitä on apua tuleville liikunta-alan opiskelijoille tapahtuman järjestämisen kokonaisuuden hallitsemiseksi.

7 Opinnäytetyön pohdinta ja arviointi

Syksyllä 2017 opinnäytetyön toiminnallinen osuus, Urban Street Festival 2017, oli juuri saatu päätökseen ja tapahtuman suunnitteluun liittyvät asiat olivat mielessä. Haastavimmaksi asiaksi koin alussa omien ajallisten resurssien priorisoinnin oman päivätyöni ja opinnäytetyön välillä. Samanaikainen muutto Suomen itäiseltä puolelta länteen uuteen ja tuntemattomaan kaupunkiin uudella työnkuvalla vei lopulta ratkaisuun, jossa päätin keskeyttää opinnäytetyöprosessin toistaiseksi. Opiskeluajan umpeutuminen ja opiskeluajan lisähakemuksen lähettäminen toimivat konkreettisena herätyksenä uudelleen aiheen pariin keväällä 2018. Produktiivinen työ ja sen tuotoksen rajaaminen tuntui aluksi haastavalta, sillä tapahtuman onnistuminen on kiinni pienistä yksityiskohdista, jotka olisin halunnut tuoda konkreettisemmin esiin. Lopulta löysin kuitenkin yksinkertaisen tavan tehdä tuotoksen, joka hyödyttää liikunta-alan tapahtuman suunnitteluprosessia kokonaisuuden hahmottamisella.

Opinnäytetyötä tehdessä pystyin jatkuvasti peilaamaan kirjallisen aineiston teoriaosuutta omiin kokemuksiin tapahtumanjärjestäjänä ja sain useita eri oivalluksia tapahtuman järjestämiseen liittyen. En ollut aiemmin tehnyt opinnäytetyötä, joten jokainen opinnäytetyönvaihe vaati perehdytystä. Aloitusvaiheen jälkeen työtä oli helppo lähteä jatkamaan, sillä toiminnallinen osuus oli jo tehty. Tapahtuman kautta syntyi hyvä käsitys, mitä teoriaosuuden ja vuosikellon on hyvä pitää sisällään, jotta se tukisi mahdollisimman hyvin tapahtuman järjestämisen kokonaisuuden hahmottamista. Haasteeksi osoittautui teoriaosuuden rajaaminen ja hiljaisen tiedon näkyväksi tuominen vuosikellossa. Mielestäni tuotoksesta tuli selkeä ja helposti ymmärrettävä vuosikello, johon voi tutustua tapahtuman järjestämisen alussa sekä sitä voi palata lukemaan myös projektin aikana. Vuosikello olisi kuitenkin voinut olla laajempi ja sisältää tarkemman aikataulun tapahtumaproessin etenemisestä. Olen tyytyväinen tuotokseen ottaen huomioon opinnäytetyön aikataulun. Opinnäytetyö kehitti myös omia ryhmänjohtamistaitoja ja kasvatti liikunta-alan verkostoja.

Teoriatiedon hakeminen eri lähteistä osoittautui haastavaksi, sillä liikunta-tapahtuman järjestämistä kuvaavia vuosikelloja on vain muutamia ja ne ovat hyvin epätarkkoja. Tämä opinnäytetyö vastaa myös vähäisen kirjallisen tuotannon nostamaan tarpeeseen kattavasta ja konkreettisesta vuosikellosta. Suurin osa opinnäytetyön teoriaosuuden lähteistä ovat peräisin tapahtuma-alan kirjallisuudesta. Mielestäni onnistuin löytämään ajan tasalla olevia ja tuoreita lähteitä. Tapahtuman järjestämisen tietyt lainalaisuudet pätevät aina, opinnäytetyössä onnistuin ottamaan huomioon myös uusimpia artikkelilähteitä, jotka tukevat digitalisaation tuomaa muutosta tapahtuma-alalle.

Tuotoksena syntynyt vuosikello perustuu peräkkäisinä vuosina järjestettyyn Urban Street Festival -tapahtumaan ja siitä opittuihin asioihin. Jokaisen tapahtuman jälkeen on järkevää analysoida tapahtuman onnistumista ryhmätasolla sekä annetun palautteen myötä. Näin saadaan kehitettyä tapahtumaa järjestelmällisesti. Molempien vuosien 2016 ja 2017 Urban Street Festival -tapahtumien jälkeen, on palautteenkeruuvaiheessa keskitytty tapahtuman kehittämiseen jatkoa varten. Vahvoihin kokemuseräisiin seikkoihin pohjautuen sekä alan kirjallisuutta hyödyntäen vuosikellosta on tehty mahdollisimman yksinkertainen ymmärrettäväksi sekä kompakti kokonaisuus, johon voi tarvittaessa palata minkä tahansa tapahtuman järjestämisen ohella. Mielestäni vuosikello on onnistunut työkalu, joka palvelee etenkin uusia ja kokemattomia tapahtumanjärjestäjiä kokonaisuuden hahmotuksessa.

Lähteet

Catani, J. 2017. Onnistunut yritystapahtuma: järjestäjän käsikirja. Talentum Media Oy.

Harkimo, L., Virta, S. & Paajanen, M. 2016. Yhdenvertaiset mahdollisuudet harrastaa. Painopisteenä harrastamisen hinta. Opetus- ja kulttuuriministeriön julkaisuja 2016:19. Luettavissa: <http://julkaisut.valtioneuvosto.fi/bitstream/handle/10024/75186/okm19.pdf> Luettu: 1.5.2018.

Hohtokari, M., Häkkinen, A., Uusi-Rauva, K. & Lehto-Peltomäki, V. 2013. Luovien alojen tapahtumatuotanto ideasta toteutukseen: Case Suomi-asema Pietarissa 2011. Hansa-print.

Kari, J. 2018. Lapsuuden liikunnalla yhteys koulutus- ja työurilla menestymiseen. Luettavissa: https://www.likes.fi/filebank/2673-Kari2018-tiivistelma_netti.pdf Luettu: 18.4.2018.

Kauhanen, J., Juurakko, A. & Kauhanen, V. 2002. Yleisötapahtuman suunnittelu ja toteutus. 1. painos. Helsinki: WSOY.

Kokoontumislaki 22.4.1999/530.

Muhonen, R & Heikkinen, L. 2003. Kohtaamisia kasvokkain: tapahtumarkkinoinnin voima. Jyväskylä: Talentum Media Oy.

OKM 2014. Opetus- ja kulttuuriministeriö. Drop-out vai throw-out?: Tutkimus lasten ja nuorten liikuntaharrastusten kustannuksista. OKM:n julkaisusarja. OKM 2014:5. Opetus- ja kulttuuriministeriö. Helsinki. Luettavissa: <http://julkaisut.valtioneuvosto.fi/bitstream/handle/10024/75232/okm5.pdf?sequence=1&isAllowed=y>. Luettu: 21.2.2018.

Pelastuslaki 29.4.2011/379.

Poliisi 2018. Yleisötilaisuuden järjestämisessä huomioitavaa. Luettavissa: <https://www.poliisi.fi/lounais-suomi/yleisotilaisuudet> Luettu: 1.3.2018.

Rope, T. 2011. Voita markkinoinnilla. Hämeenlinna: Kariston Kirjapaino Oy.

Ruuska, K. 2005. Pidä projekti hallinnassa: suunnittelu, menetelmät, vuorovaikutus. 5., uud. painos. Tampere: Talentum Media Oy.

Sukuseurojen keskusliitto ry. 2009. Hyvässä seurassa: yhdistystoiminnan pikkujättilä. Espoo: Monikko Oy.

Vallo, H & Häyrynen, E. 2008. Tapahtuma on tilaisuus: tapahtumamarkkinointi ja tapahtuman järjestäminen. 2., uud. painos. Helsinki: Tietosanoma Oy.

Vallo, H. & Häyrynen, E. 2016. Tapahtuma on tilaisuus: tapahtumamarkkinointi ja tapahtuman järjestäminen. 5., uud. painos. Helsinki: Tietosanoma Oy.

Woltti Group 2017. Draamankaari pitää yllä yleisön mielenkiinnon tapahtumissa. Luettavissa: <http://wolttigroup.fi/draaman-kaari-pitaa-ylla-yleison-mielenkiinnon-tapahtumissa/>. Luettu: 22.2.2018.

Woltti Group 2017. Kristallinkirkas konsepti takaa onnistuneen tapahtuman. Luettavissa: <http://wolttigroup.fi/kristallinkirkas-konsepti-takaa-onnistuneen-tapahtuman/>. Luettu: 22.2.2018.

URBAN STREET FESTIVAL TAPAHTUMANJÄRJESTÄJÄN VUOSIKELLO

Tapahtumanjärjestäjän vuosikello kuvaa, kuinka *Urban Street Festival* -tapahtuma järjestetään. Urban Street Festival kohderyhmäksi valittiin lapset ja nuoret, jotka ovat ilman liikuntaharrastusta tai ovat joutuneet lopettamaan liikuntaharrastuksensa kustannuksien kasvaessa liian suuriksi. Yhtenä tavoitteena oli järjestää Suomen monipuolisin katulajifestari, josta kuka tahansa osallistuja voi löytää liikunnan ilon. Tämä opinnäytetyö antaa suuntaviivat Urban Street Festivalin toteuttamiseksi vuoden mittaisella suunnittelujaksolla. Ensimmäisenä osiona on vuosikello, sitten vinkit projektipäällikkönä toimimiseen ja lopuksi käytännön vinkit tilan valitsemiseen.



Seuraavaksi listataan kymmenen huomioitavaa asiaa projektin työstössä. Listalla mainitut asiat on koottu opinnäytetyöntekijän toimesta Urban Street Festival -tapahtuman jälkimarkkinoinnin ja arvioinnin aikana.

1. Tunne työryhmäsi ja pidä heistä huolta. Tapahtuman järjestämisessä työskentely tapahtuu ihmisten kanssa ja ne ovat tärkein voimavarasi. Motivoitunut ja hyvin johdettu työryhmä haluaa työskennellä yhteisen tavoitteen eteen ja sen ylittämiseksi. Motivaatio syntyy, kun työryhmäläisillä on riittävästi osaamista, itsenäisyyttä ja yhdessä tekemistä.

2. Pidä jokaisen henkilön panostusta arvokkaana. Jokainen työryhmän jäsen on yksilö, jolla on tiettyjä taitoja ja tietoja. Mitä rikkaampi sekoitus ryhmäläisiä on, sen parempia näkökulmia ja pohdintaa ryhmässä syntyy. Esimerkiksi verkostojen hyödyntäminen sponsorien kartoituksessa kertoo aidosta kiinnostuksesta työryhmäläistä kohtaan ja helpottaa haastavaa työtä merkittävästi.

3. Käsittele epäonnistuminen tai suunnankorjaus oikein. Epäonnistumisen kohdalla anna palaute koko ryhmän toiminnasta, ei yksittäisen henkilön toiminnasta. Mikäli havaitset ryhmässä eripuraa, puutu siihen välittömästi ja keskustele avoimesti mistä on kyse. Vaarana on, että käsittelemättä jäänyt asia jää käytäväpuheeksi ja vaikuttaa koko ryhmän toimintaan negatiivisesti. Jos haluat antaa palautetta enemmän, tee se kahden kesken.

4. Tiedota ja varmista, että kaikki tietävät. Tapahtumatuotanto on ennen kaikkea suunnittelutyötä, jossa eteneminen on aaltoliikettä. Alun suunnitelmat voivat yllättäen muuttua ja ideat osoittautua toteuttamiskelvottomiksi. Muutoksista ajan tasalla pysyminen on tärkeää ja punnitsee projektipäällikön selkeitä tiedotustaitoja ryhmän sekä tapahtuman sidosryhmien kesken. Hyvä organisointi ja yhteiset kokoontumiset eri tahojen kanssa kasvokkain säännöllisesti vähentävät väärinymmärryksiä.

5. Tapahtuma on palvelutuote, joka pitää myydä kaikille. Tapahtuman järjestäminen on idean myymistä tapahtumatyöryhmälle, toiminnan järjestäjille, sponsoreille ja tapahtuman kävijöille. Pidä mielessä sponsorimyynnissä jokaisen toimijan tavoitteet ja ostopäätöksen helpottaminen konkreettisella päätösehdotuksella, mahdollisten referenssien tai tilastojen esiintuomisella ja parhaiden yhteydenottokeinojen, kuten puhelimen hyödyntämisenä. Pohdi myös aineellisen sponsoroinnin ja aineettoman yhteistyön hyötyjä.

6. Tee tapahtumasta kannattava. Kuka tahansa osaa tehdä taloudellisesti tappiollisen tapahtuman. Tapahtuman toteutumisesta jatkossakin, sen pitää olla kannattava. Laadi alustava meno-tulo arvio aikaisessa vaiheessa suunnittelua ja karsi kuluja tarvittaessa lähempänä tapahtumapäivää. Merkittävä pohdinnan paikka on, että kerätäänkö tapahtumasta pääsylipputulot. Pääsylipullinen tapahtuma nostaa usein tapahtuman laatua ja laatumielikuvaa sekä sitouttaa kävijöitä paremmin tapahtumaan osallistumiseen.

7. Varmista tekemisen laadukkuus. Tapahtuman suunnittelutyö on paljon aikaa vievä vaihe, jossa ajanhallinta ja tehokkuus korostuu. Lyhyet ja useammin toistuvat tapaamiset ovat usein parempia kuin pitkät suunnittelukokoukset. Valmiiden pohjien käyttäminen esim. Word ja Excel dokumenteissa säästävät aikaa ja vaivaa. Internetistä löytää myös erilaisia maksullisia tapahtuman järjestämisen työkaluja.

8. Lunasta lupaukset ja rakenna jo ensi vuoden tapahtuma. Ideaali tilanne on, että tapahtuman onnistunut suunnittelu antaa projektipäällikölle aikaa tapahtuman aikaiseen keskusteluun toimijoiden kanssa ja varmistaa heidän mukanaolo myös seuraavalla kerralla. Kun tapahtumassa alustava mukaantulo on lyöty lukkoon, on ensi vuonna tehtävä myyntityö enää pelkkä muodollisuus. Tapahtuman kehittäminen kerätyn suullisen ja kirjallisen palautteen avulla varmistaa sen, että tapahtuma kehittyy paremmaksi joka vuosi.

9. Hoida jälkimarkkinointi kunnialla. Liian usein kerran vuodessa järjestettävän tapahtuman nettisivut ja sosiaalisen median kanavat hiljenevät välittömästi tapahtuman

jälkeen. Olisi hyvä kuitenkin varmistaa, että kaikki sidosryhmille luvattu näkyvyys ja muut yhteistyölupaukset toteutuvat myös tapahtuman jälkeen. Suunnittele jälkimarkkinointi yhtälailla valmiiksi jo ennen tapahtuman toteutusvaihetta ja nimeä vastuhenkilöt toteutukseen.

10. Älä ota sitä liian vakavasti. Tapahtuman suunnittelu, toteutus ja jälkimarkkinointityö on parhaimmillaan, kun asiat rullaavat jouhevasti eteenpäin jokaisen tietäessä omat vastuu-alueensa. Silloin tällöin, kun suunnitelmia ei saada toteutettua ajallaan tai ne muuttuvat, voidaan kuitenkin kokea turhautumista. Tämän opinnäytetyön tekijän omaksi neuvoksi syntyi yksinkertainen ja mieltä rauhoittava toteamus: tapahtumaksi luokitellaan asia, jolla on aika ja paikka. Kaikki muu sen ympärille toteutunut on vain plussaa.

Vuosikellon lopussa keskitytään vielä onnistuneen tapahtumatilan valintaan. Tila tukee parhaimmillaan tapahtuman teemaa ja tavoitteita. Tila kannattaa aina tarkastaa projektipäällikön tai koko tiimin kanssa yhdessä, jolloin saadaan mahdollisimman paljon ideoita toteutuksesta ja selkeämpi kuva siitä, mitä tila mahdollistaa ja ei mahdollista. Tämän avulla säästetään aikaa tapahtuman yksityiskohtien suunnittelussa. Kysymyksiin on hyvä saada vastaus jo ensimmäisellä suunnittelutapaamisella tilavuokraajan yhteyshenkilön kanssa, jolloin tapahtuman suunnittelu lähtee ripeästi käyntiin. Vuosikellon vinkit:

- Pyydä tilan pohjapiirustus myöhempää suunnittelua varten
- Kerro tilavuokraajalle alustava ohjelmarunko, teema, aikataulut, osallistujamäärä
- Valokuvaa pysäköintialue, sisäänvalo ja muut oleelliset tilat
- Onko tilalla olemassa painorajoituksia?
- Varmista veden ja sähkön saanti, kuuluvatko nämä tilavuokraan?
- Minkälaiset kulkuyhteydet paikan päälle on?
- Voiko tilan omaa esitystekniikkaa tai tekniikkatiimiä hyödyntää?
- Onko tilalla omat musiikkiluvat? Kuka hoitaa tarvittaessa meluilmoituksen?
- Saako tilassa tehdä ja tarjoilla omaa ruokaa?

- Saako seiniin kiinnittää mitään tai kalusteita siirtää?
- Miten tilan vakuutukset ja turvallisuussuunnitelmat on hoidettu?
- Kuinka tilan esteettömyys on varmistettu? Soveltuuko liikuntarajoitteisille?
- Mikä on aikaisin ajankohta aloittaa tapahtuman rakentamisvaihe?
- Onko tilavuokraajalla kontakteja esimerkiksi järjestyksenvalvonnan, äänentoiston tai valaistuksen järjestämiseksi?
- Kuka toimii tapahtuman yhteyshenkilönä ja vastaavasti tilavuokraajan yhteyshenkilönä koko tapahtuman suunnittelun ajan? Kenen kanssa tehdään tilavuokrasopimus?